# INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

# DOMÍNIOS DISCURSIVOS (TIPOS DE DISCURSOS)

Vânia Araújo

# DOMÍNIOS DISCURSIVOS

Para Luiz Antônio Marcuschi, os domínios discursivos constituem práticas de comunicação nas quais podemos identificar um conjunto de gêneros textuais institucionalizados e instauradores das relações de poder – já que representam a nossa forma de ação, de inserção e controle social no cotidiano. E desses domínios derivam, obviamente, uma infinidade de gêneros textuais.

Os principais domínios discursivos instauram-se nos universos: **acadêmico, científico, jurídico, literário, jornalístico, publicitário, didático, epistolar, religioso** etc.

# A C A D Ê M I C O

Tem a finalidade de expor a investigação de um fato, acontecimento ou experiência científica - com bastante rigor nos conceitos e informações utilizados. Este discurso pode servir-se de descrições, de enumerações, de exposições narrativas, de relatos de fatos, de gráficos, de estatísticas para dar informações precisas.

## Características do discurso acadêmico:

- ✓ Explica ou fundamenta as afirmações com base em dados objetivos, cientificamente comprovados.
- ✓ Normalmente segue um roteiro preestabelecido: apresenta introdução, desenvolvimento e conclusão. Em alguns casos, pode apresentar outras partes, como folha de rosto, anexos, sumário etc.
- ✓ Utiliza uma linguagem objetiva e impessoal, de acordo com o padrão culto da língua.

# CIENTÍFICO

Discurso de natureza *expositiva* que tem por finalidade apresentar um assunto de cunho científico. Possui uma estrutura relativamente simples: a apresentação da *tese* (explicação sobre o objeto de estudo) a ser desenvolvida por meio de "provas" (exemplos, comparações, relações de causa e efeito, resultados de testes, dados estatísticos etc.). Nesse tipo de texto, a conclusão é facultativa. Este domínio discursivo aparece em artigos e relatórios científicos, teses, dissertações, monografias, verbetes de enciclopédias, artigos de divulgação científica etc.

## Características do discurso científico:

- ✓ Precisa ter o máximo de precisão e rigor nos conceitos e informações utilizados.
- ✓ Faz uso obrigatório da terminologia científica de uma ou mais áreas do conhecimento.
- ✓ Emprega verbos predominantemente no presente do indicativo.
- ✓ Utiliza uma linguagem clara, objetiva e impessoal, de acordo com o padrão culto da língua.

# LITERÁRIO

Tem uma função mais estética, pois nele o escritor busca não apenas traduzir o mundo mas recriá-lo nas palavras, de modo que nele importam tanto "aquilo que se diz" quanto "o modo como se diz". Este domínio discursivo aparece em contos, fábulas, lendas, poemas, peças de teatro, crônicas, roteiros de filmes, histórias em quadrinhos etc.

## Características do discurso literário:

- ✓ Tem predomínio da linguagem conotativa, já que, por sua função estética, o autor sempre atribui novos sentidos às palavras.
- ✓ Utiliza múltiplos recursos estilísticos, como, por exemplo, ritmos, sonoridades, repetição de palavras ou de sons, repetição de situações ou descrições.

# JORNALÍSTICO

Tem, basicamente, uma função utilitária, pois visa a informar o leitor. Nesse caso, o plano da expressão não tem muita importância, já que sua finalidade é apenas veicular conteúdos. Este domínio discursivo aparece em editoriais, notícias, reportagens, artigos de opinião, comentários, cartas ao leitor, crônicas tanto policial como esportiva, entrevistas jornalísticas, boletim do tempo etc.

## Características do discurso jornalístico:

- ✓ Tem predomínio da narração – com a presença dos elementos essenciais de um texto narrativo, que são o fato, as pessoas envolvidas, o tempo em que ocorreu o fato, o lugar onde ele ocorreu, “como” e “por” que ocorreu.
- ✓ Normalmente apresenta um título, que traz a síntese do(s) fato(s).
- ✓ Caracteriza-se pela predominância da função referencial, a qual privilegia a linguagem denotativa e as construções gramaticais em ordem direta e clara.

# PUBLICITÁRIO

É um discurso de natureza dissertativa, que tem por finalidade apresentar argumentos (diretos ou indiretos) para persuadir o interlocutor sobre as eventuais "vantagens" de um produto: *quantitativas* (rende mais, é mais barato); *qualitativas* (o melhor, o mais saboroso, o mais nutritivo) e i*deológicas* (mais moderno, mais arrojado, mais exclusive).

Este domínio discursivo aparece em propagandas, anúncios classificados, cartazes, folhetos, *outdoors*, inscrições em muros, placas e publicidade em geral.

# CARACTERÍSTICAS DO DISCURSO PUBLICITÁRIO

- ✓ É quase sempre constituído por imagem e texto.
- ✓ O nível de linguagem utilizado varia de acordo com o público que se quer atingir.
- ✓ Utiliza verbos geralmente no modo imperativo ou no presente do indicativo.
- ✓ Faz uso de recursos tais como: figuras de linguagem, ambiguidades, jogos de palavras (trocadilhos), provérbios etc.
- ✓ A estrutura pode variar mas é geralmente composta por um **título**, que chame a atenção sobre o produto; **texto**, que amplie o argumento do título; e **assinatura**, que traz o logotipo ou marca do anunciante.

# E P I S T O L A R

Discurso de natureza narrativa, escrito sob a forma de cartas, o qual se caracteriza por apresentar opiniões, manifestos e discussões que vão muito além dos meros interesses pessoais ou utilitários. É um tipo de texto que combina paixões e apelos subjetivos com o debate de temas abrangentes e abstratos.

A partir do Renascimento (antes do surgimento da imprensa jornalística), as cartas exerciam a função de informar sobre fatos que ocorriam no mundo. Por isso, as epístolas de um autor, reunidas, poderiam vir a ser publicadas devido a seu interesse histórico, literário ou documental - como é o caso das *Epístolas de São Paulo*, na Bíblia (destinadas às comunidades cristãs) e das cartas do padre Antônio Vieira e de Pero Vaz de Caminha.

**IMPORTANTE!**

Na modernidade, com a difusão dos meios eletrônicos de escrita, o **discurso *epistolar*** tende a se reinventar – em outros moldes e estilos, como mensagens de *e-mail*, por exemplo.

# ADEQUAÇÃO DO DISCURSO

O **discurso** é, portanto, a prática social de produção de textos, ou seja, é uma construção social (e não individual) que só pode ser analisada considerando-se o seu contexto histórico-social, suas condições de produção e, essencialmente, a visão de mundo vinculada ao autor do texto e à sociedade em que ele vive.

Assim, cada discurso trará uma linguagem mais particular, por meio da qual o autor consiga penetrar o universo do leitor a que o texto se destine. Por exemplo, jornais e revistas de grande circulação, que são voltados a um leitor qualquer, trarão uma linguagem mais acesível (que não necessariamente obedecerá às regras gramaticais).

**IMPORTANTE!**

Muitas bancas examinadoras já cobram essa adequação do discurso nas provas. Por isso, é necessário que se tenha atenção às diferenças nas linguagens presentes em cada gênero pertencente aos domínios discursivos apresentados.

**FUNDAÇÃO UNIVERSA - MINISTÉRIO DO TURISMO – ENGENHEIRO (CÓD. 103)**

1 (6/10/2009) Um total de 29% dos brasileiros entre dez e dezessete anos prefere falar com amigos, família ou colegas por meio do computador que pessoalmente, indica
4 pesquisa do Ibope divulgada nesta terça-feira (6). Essa preferência cai para 16% dos consumidores. O estudo mostra ainda que dois terços dos jovens naquela faixa etária
7 utilizam regularmente serviços de mensagens instantâneas, como MSN. As redes sociais ganham importância: já são rotina para 45% dos brasileiros entrevistados em geral, e
10 para 72% dos jovens entre 18 e 24 anos.

Internet: <**http://www1.folha.uol.com.br**> (com adaptações). Acesso em 23/11/2009.

## QUESTÃO 4

Com base na gramática da norma culta, assinale a alternativa correta.

(A) O termo "como" da linha 8 tem o mesmo sentido que o "Como" da linha 21.

(B) O sinal indicativo de crase é opcional na linha 24.

(C) O trecho "Com tudo isso, o tempo para lidar com os dados estará" (linhas 38 e 39) poderia ser corretamente modificado para **Contudo, o tempo para lidar com os dados estará**.

(D) Para a tradição gramatical, há uma falha de regência verbal no trecho das linhas de 1 a 3; para a linguagem jornalística, há uma adequação à língua culta efetivamente falada no Brasil.

(E) O termo "No entanto" (linhas 24 e 25) tem o sentido de **portanto**.